optique culture
numéro 53 avril 2017

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2016

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

- Les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) sont de 6,6 millions d'unités en 2016, en baisse de 23 % par rapport à 2015.
- Les ventes de CD (– 24 %), d'albums numériques (– 25 %) et de pistes numériques (– 19 %) sont en baisse.

Les produits québécois

- La part des produits québécois en équivalent d'albums se situe à 46 % en 2016 (41 % en 2015).
- Cette part québécoise est de 57 % pour les ventes de CD et de 26 % pour les ventes de produits numériques (36 % pour les albums numériques et 8 % pour les pistes numériques).

Les produits en français

- Les produits en français représentent 32 % des ventes en 2016, un résultat similaire à celui de 2015 (30 %) et à la moyenne des cinq dernières années (31 %).
- La part des produits en français est de 39 % pour les CD, 24 % pour les albums numériques et 8 % pour les pistes numériques.
- Pour les ventes d'albums québécois, la part des albums en français est de 66 %, un résultat identique à celui de 2015.

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores[1] pour la période 2002 à 2016. On y traite des ventes d'albums sur supports physique (CD) et numérique ainsi que des pistes musicales numériques. On y trouve, entre autres, des renseignements sur la répartition de ces ventes selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes) et les enregistrements vidéo à caractère musical (DVD et Blu-ray).

Table des matières

3 La vente d'enregistrements musicaux en forte chute

6 Hausse des parts de marché pour les produits québécois

8 La part des produits en français

10 Synthèse des ventes

11 Les palmarès

15 Musique diffusée en continu : phénomène en développement

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan pour le marché québécois. Les résultats se basent sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces dernières sont produites pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec durant l'année, et elles ne couvrent donc qu'une partie des ventes d'enregistrements sonores. *Grosso modo*, les ventes annuelles de ces 500 titres représentent 52 % des ventes pour les CD, 42 % pour celles des albums numériques et 30 % pour celles des pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, comme le CD représente la quasi-totalité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monoplages (*singles* sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Les ventes de pistes numériques sont comptabilisées en équivalent d'albums selon un ratio de treize pistes pour un album. Cette méthode de conversion rend plus commode le suivi de l'évolution du marché d'une année à l'autre. Le ratio de conversion utilisé, treize pistes pour un album, est celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site Web de l'OCCQ.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement sonore peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mise de l'avant[2] par l'emballage et la mise en marché détermine l'origine de l'enregistrement. Sur le plan industriel, l'origine de la maison de disques qui a commercialisé le produit détermine l'origine du produit. Une maison de disques québécoise est une maison dont le siège social se situe au Québec.

Pour les compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. La même logique s'applique pour un collectif d'artistes de diverses origines ; l'album sera classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

2. Peut être mis de l'avant un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, CLAUDE (2017). « Les ventes des enregistrements sonores au Québec en 2016 », *Optique culture*, n° 53, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, avril, 16 p., [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

La vente d'enregistrements musicaux en forte chute

En 2016, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums[2] s'élèvent à 6,6 millions d'unités (–23 % par rapport à 2015), soit 4,2 millions de CD (–24 %), 1,5 million d'albums numériques (–25 %) et 11,4 millions de pistes numériques (–19 %) (tableau 1).

En 2014 et 2015, la stabilité des ventes en ce qui a trait au marché des albums numériques pouvait laisser penser que celui-ci était différent de celui des CD ou de celui des pistes numériques, en baisse depuis 2005 et 2014 respectivement. Cependant, la baisse de 25 % des ventes d'albums numériques en 2016 semble indiquer que l'adoption du numérique par les anciens acheteurs de CD ne compense plus la perte occasionnée par les consommateurs qui délaissent l'achat au profit de l'écoute de musique diffusée en continu (*streaming*) (figure 1).

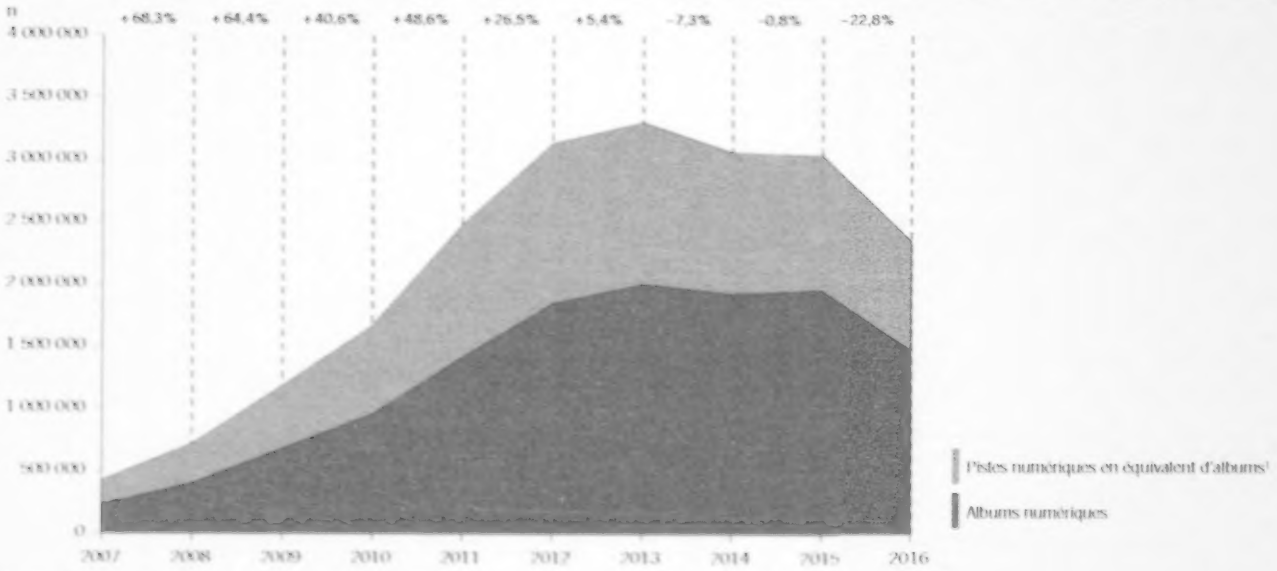
Tableau 1 **Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2007 à 2016**

	2007	2008	2009[1]	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variation 2016/2015
	k										%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[2]	11 698,0	10 056,2	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	8 766,3	8 549,0	6 561,8	–23,4
Ensemble des albums	11 498,4	9 739,4	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	7 627,5	7 459,6	5 672,9	–24,0
Albums sur support physique[3]	11 268,5	9 334,1	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	5 690,4	5 504,3	4 201,8	–23,7
Albums numériques	229,9	405,3	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	1 928,1	1 955,3	1 471,1	–24,8
Ensemble des pistes	2 595,0	4 118,1	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 961,6	14 804,6	14 161,8	11 426,2	–19,3
Pistes numériques téléchargées	2 581,5	4 108,2	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	14 770,2	14 114,9	11 413,4	–19,1
Disques monoplayes (singles)	13,5	9,9	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	34,4	46,9	12,8	–72,7
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	752,9	540,7	390,1	495,5	273,5	269,6	239,7	175,9	108,0	75,1	–30,5

1. L'année 2009 a été une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.
2. Dans les calculs, treize disques monoplayes ou pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Figure 1 **Ventes d'enregistrements audio numériques selon le type de produit et variation annuelle des ventes, Québec, 2007 à 2016**



1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

3. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous utilisons l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.

Pour le CD, dont les ventes ont baissé de 67 % depuis 2005, il faut souligner que le recul de 2016 (–23,7 %) est particulièrement important. Malgré cette impression d'assister au crépuscule du CD, celui-ci représente toujours 64 % des ventes d'enregistrements audio au Québec en 2016 (tableau 2). À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD sont passées de 35,4 millions d'unités en 2004 à 8,7 millions en 2016, soit une baisse de 75 %[4], et le CD occupe maintenant 43 % du marché.

Au-delà des différents supports, l'année 2016 se démarque par l'importance de la baisse des ventes globales d'enregistrements audio. Ainsi, de 2012 à 2015, les ventes globales ont connu une décroissance de 17 %, ce qui est inférieur à la baisse enregistrée pour la seule année 2016 (–23 %). De plus, les premiers résultats de 2017 (janvier et février) indiquent que la tendance se poursuit, avec une baisse des ventes globales de 13 %.

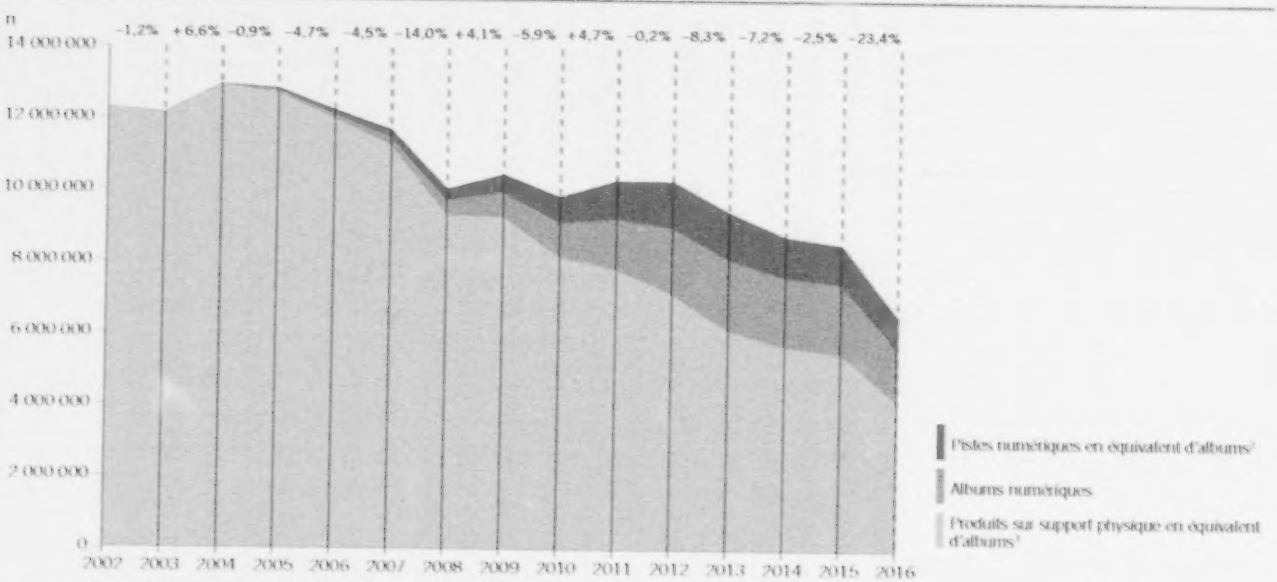
Tableau 2 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le type de produit, Québec, 2012 à 2016**

	2012	2013	2014	2015	2016
			%		
Produits sur support physique en équivalent d'albums[1]	69,6	65,0	65,2	64,4	64,1
Albums numériques	17,9	21,2	21,9	22,9	22,5
Pistes numériques en équivalent d'albums[2]	12,5	13,8	12,9	12,7	13,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1 Incluant les albums et les monoplages (treize monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.
2 Dans les calculs, treize disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les données sur les ventes d'enregistrements musicaux, depuis 2008, ont montré que la part de marché occupée par le numérique a toujours été plus importante aux États-Unis et ailleurs au Canada qu'au Québec, mais qu'elle progresse au même rythme. Cependant, depuis 2013, la part du numérique dans les ventes d'enregistrements sonores plafonne au Québec autour de 35 %, ailleurs au Canada entre 57 % et 60 % et aux États-Unis entre 54 % et 56 % (figure 3).

Figure 2 **Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2016**



1 Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant douze listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicaux du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2 Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
3 Incluant les albums et les disques monoplages (treize disques monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

4 Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Les 100 albums les plus populaires : des ventes qui suivent la tendance

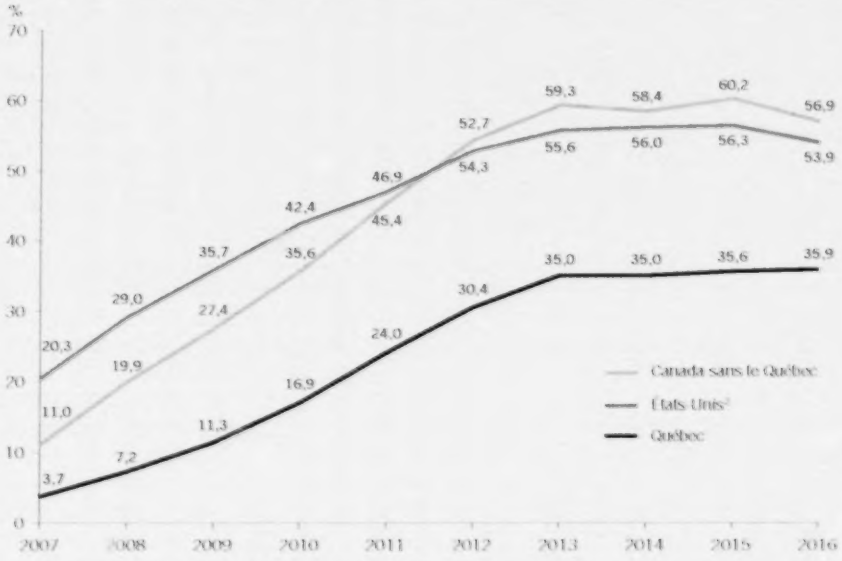
Avec la quasi-disparition des disques monoplages (*singles*), les ventes d'albums étaient devenues, pendant quelques décennies, la référence pour mesurer le succès commercial dans l'industrie musicale. La baisse des ventes de CD et l'arrivée des pistes numériques ont semblé fragiliser la place centrale de l'album. Cependant, depuis 2011, avec une part de marché autour de 87 %, les albums (CD + numériques) demeurent un élément significatif des ventes d'enregistrements musicaux.

La baisse des ventes d'albums au cours de la dernière décennie se reflète sur le nombre d'exemplaires vendus pour les œuvres au sommet du palmarès. En effet, le nombre d'albums vendus au Québec à 25 000 exemplaires ou plus s'élevait à 57 en 2005 (une année où il s'est vendu 12,8 millions d'albums), alors qu'en 2016, seulement 9 albums atteignent ce niveau. En 2016, trois titres dépassent le seuil des 50 000 exemplaires vendus, comparativement à une vingtaine il y a une dizaine d'années (figure 4).

Les vidéos musicales : un marché qui se réduit chaque année

Pour l'industrie musicale, la vente de cassettes VHS, et plus tard de DVD, d'une captation d'un spectacle constitue une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales chutent encore plus rapidement que le CD. Pour se situer, en 2016, il y a eu 75 000 unités vendues, soit une baisse de 90 % depuis le sommet de 2006 (750 000 unités). Le succès de sites comme YouTube et Dailymotion, où se retrouve une grande diversité de vidéos musicales, pourrait expliquer cette situation (tableau 1).

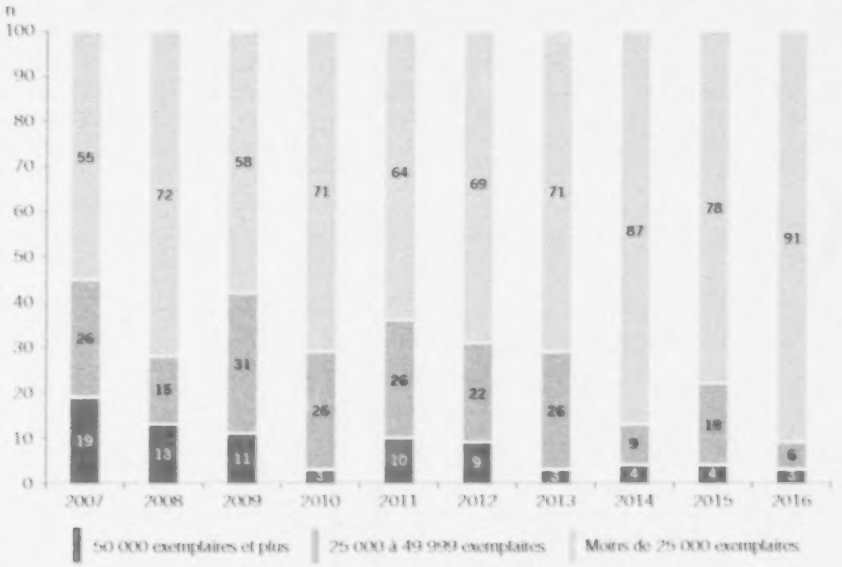
Figure 3 **Part des produits numériques[1] dans le marché des ventes au détail d'enregistrements audio selon la région, 2007 à 2016**



1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les pistes numériques, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques (*manufacturers unit shipments*).

Source : Québec et Canada : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
États-Unis : Nielsen SoundScan et RIAA.
Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 4 **Répartition des 100 albums les plus vendus selon le nombre d'exemplaires vendus, Québec, 2007 à 2016**



Note de lecture : En 2016, parmi les 100 albums les plus vendus, 3 se sont écoulés à 50 000 exemplaires et plus, 6 entre 25 000 et 49 999 exemplaires et 91 à moins de 25 000 exemplaires.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Hausse des parts de marché pour les produits québécois

À partir du milieu des années 1990, et en moins de deux décennies, le CD a supplanté la cassette et le vinyle, pour ensuite être détrôné successivement par le téléchargement numérique, l'accès facile aux pistes numériques individuelles et maintenant l'écoute de musique diffusée en continu.

Malgré cette évolution technologique, l'industrie musicale québécoise a réussi à faire en sorte que la moitié des CD vendus au Québec soient des produits québécois. Il est probable que ce maintien de la part de marché des produits québécois s'est fait à l'aide d'un réseau de production et de distribution local bien structuré et de la mise en valeur des artistes d'ici dans les médias. Les mutations du marché, avec le recul du CD et la croissance des produits numériques, conduisent à l'effritement de la part de marché des maisons de disques québécoises. Depuis la diffusion des premières données sur les ventes de produits numériques, le constat est net : les produits québécois ne représentent, dans les meilleures années, que le tiers des ventes d'albums numériques et ils comptent pour moins de 8 % des ventes de pistes numériques.

Depuis le début de l'analyse des données de Nielsen SoundScan par l'OCCQ en 2002, la part de marché détenue par les produits québécois[5] en équivalent d'albums oscille entre un sommet à 51 % en 2004, avant l'arrivée des produits numériques, à un creux à 38 % en 2013. Après avoir été à la baisse de 2010 à 2013, cette part québécoise a été de 42 % en 2014, 41 % en 2015 et 46 % en 2016. Il faut remonter à 2010 pour avoir un résultat aussi élevé. Cette performance s'explique par le fait que les ventes d'albums québécois ont baissé plus faiblement que celles d'albums non québécois (tableau 3).

À partir de la part de marché détenue par les produits québécois, il est possible d'estimer, avec une relative précision, le nombre d'unités vendues pour les produits québécois, exprimé en équivalent d'albums[6]. Après un sommet à 6,6 millions d'unités en 2004, ces ventes ont été en moyenne de 3,6 millions entre 2012 et 2016 et de 5,1 millions pour les produits non québécois (figure 5).

Tableau 3 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1] selon le type de support, Québec, 2014 à 2016**

	2014	2015	2016
	%		
Dimension artistique[2]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	39,6	38,5	39,8
Ensemble des albums	45,5	44,5	45,9
Albums sur support physique[4]	48,8	47,1	48,0
Albums numériques	31,1	29,1	35,5
Pistes numériques téléchargées	8,1	7,1	7,1
Dimension industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	36,0	38,8	35,0
Ensemble des albums	41,5	44,8	40,4
Albums sur support physique[4]	44,5	48,5	43,2
Albums numériques	27,5	28,5	28,8
Pistes numériques téléchargées	7,4	8,0	6,0
Dimensions artistique[2] ET industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	33,4	35,9	29,1
Ensemble des albums	38,4	41,5	33,5
Albums sur support physique[4]	41,1	44,3	34,3
Albums numériques	26,0	28,0	28,5
Pistes numériques téléchargées	7,0	7,5	5,3
Dimensions artistique[2] OU industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	42,3	41,4	45,6
Ensemble des albums	48,6	47,9	52,8
Albums sur support physique[4]	52,2	51,9	56,8
Albums numériques	32,6	30,2	35,8
Pistes numériques téléchargées	8,5	8,2	8,4

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
4. Incluant les CD et les disques vinyles.
5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 5 **Ventes en équivalent d'albums[1] selon la provenance, Québec, 2003 à 2016**

1. La quotité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 500 albums CD les plus vendus, les 500 albums numériques les plus vendus et les 500 pistes numériques les plus vendues, chaque année.
2. Dans les calculs, treize disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

5. Pour être considéré comme québécois, un produit doit être artistiquement québécois (origine de l'artiste) ou industriellement québécois (origine de la maison de disques).
6. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (bulletin *Statistiques en bref*, n° 23) tend à exagérer le poids des albums québécois. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, le nombre des produits québécois vendus serait ainsi surestimé. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles, et cette surestimation demeure donc minime.

Cependant, en 2016, la hausse de la part des produits québécois s'explique par la baisse généralisée des ventes de CD, d'albums numériques et de pistes numériques, baisse systématiquement plus forte pour les produits non québécois que pour les produits québécois, en particulier en ce qui concerne les albums (–31 % par rapport à –15 %). Pour le CD spécifiquement, la part de marché des produits québécois se situe à 51 % en moyenne depuis 2008, comparativement à 48 % de 2003 à 2007, au moment où les produits numériques étaient quasi inexistants. En 2016, cette part atteint un nouveau sommet à 57 %, soit 2,4 millions d'unités environ (4,4 millions d'unités en 2008).

Les productions musicales québécoises font face à une vive concurrence dans l'univers dématérialisé qu'est Internet. Pour les albums numériques, la part des produits québécois se situe à 36 % en 2016, un nouveau sommet depuis 2008, pour des ventes estimées à 527 000 unités. Cette part est en hausse par rapport à 2015 (30 %) en raison d'une plus faible diminution des ventes d'albums québécois (–11 %) par rapport à celle des ventes d'albums non québécois (–31 %). Depuis 2008, la part de marché des pistes québécoises demeure marginale, et 2016 s'inscrit dans la même tendance avec 8 % du marché de la piste, pour des ventes estimées à 1,0 million de pistes. La baisse des ventes touche dans les mêmes proportions les pistes québécoises (–18 %) et les pistes étrangères (–19 %) (figure 6). Bref, la part des produits québécois dans le marché du numérique atteint 26 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 57 % dans le marché du CD.

Tableau 4 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'albums[1,2], Québec, 2007 à 2016**

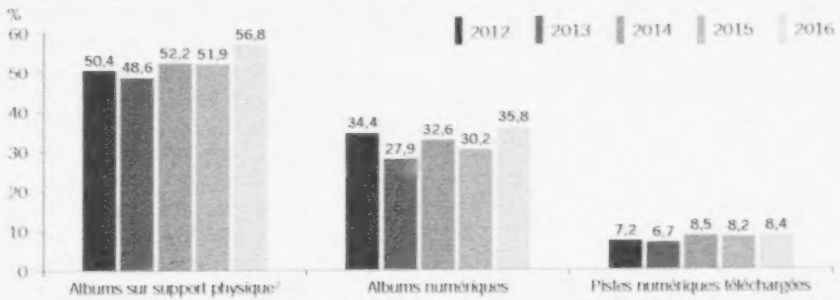
Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimension artistique[3] OU industrielle[4]
	%			
2007	46,6	44,8	38,4	53,0
2008	41,4	40,9	36,1	46,2
2009	48,4	48,9	44,9	52,4
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,3
2014	45,5	41,5	38,4	48,6
2015	44,5	44,8	41,5	47,9
2016	45,9	40,4	33,5	52,8

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 6 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2012 à 2016**

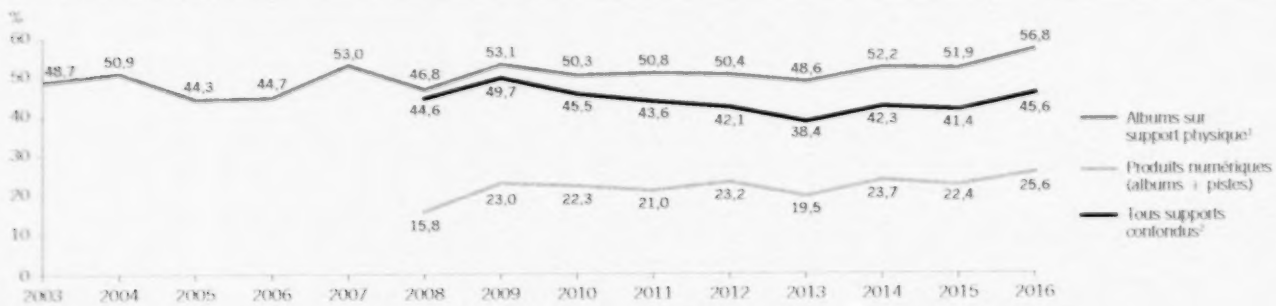


1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 7 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2016**



1. Incluant les CD et les disques vinyles.
2. Excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

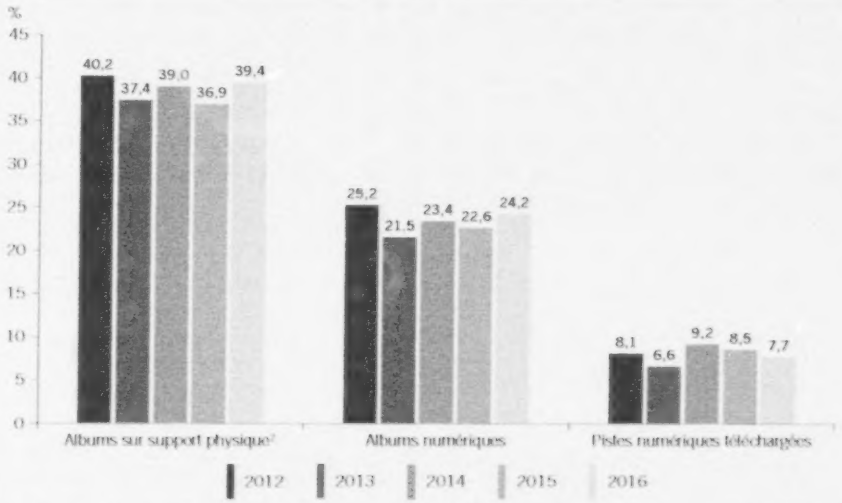
Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La part des produits en français

Outre la part des produits nationaux dans les ventes, la place des produits en langue française est un élément digne d'intérêt pour l'industrie musicale québécoise. En 2016, la part des produits en français pour les ventes se situe à 32 % pour l'ensemble des supports (cette part était de 30 % de 2015). Les produits en français comptent pour 39 % des ventes de CD (37 % en 2015), 24 % des albums numériques (23 % en 2015) et 8 % des pistes numériques (9 % en 2015) (figure 8).

Entre 2003 et 2007, au temps où le support CD avait le quasi-monopole des ventes, en moyenne 39 % des CD vendus étaient en français (avec un creux de 35 % en 2006 et un sommet de 44 % en 2004). Entre 2008 et 2016, avec le succès progressif des produits numériques, la part des produits en français dans les ventes se situe à 36 % pour le CD et à 17 % pour les produits numériques. L'offre des produits numériques a donc non seulement eu pour effet d'abaisser la part de marché des produits québécois, mais aussi celle des produits en français. Ces deux types de catégories de produits sont étroitement liés, les produits québécois étant majoritairement en français et vice-versa (figure 9).

Figure 8 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2012 à 2016**

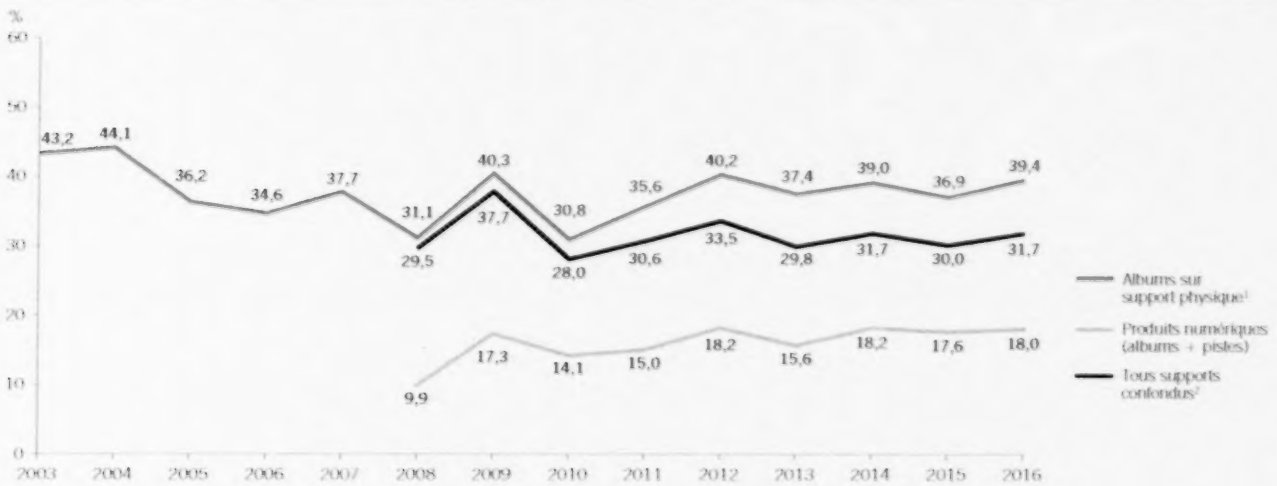


1. La part des ventes dévolue aux enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2016**



1. Incluant les CD et les disques vinyles.
2. Excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 5 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2014 à 2016**

	Albums sur support physique[2]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus[3]		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	%											
Enregistrements audio québécois[4]												
En français	36,0	34,5	37,8	20,5	20,8	22,7	6,8	7,2	6,1	28,8	27,9	30,2
En anglais	13,9	15,8	16,2	11,6	8,9	12,8	1,7	1,0	2,3	11,8	12,3	13,6
Dans une autre langue ou sans paroles	2,3	1,7	2,8	0,5	0,4	0,4	..	..	..	1,6	1,2	1,9
Enregistrements audio non québécois												
En français	3,0	2,5	1,6	2,9	1,7	1,5	2,5	1,3	1,6	2,9	2,2	1,6
En anglais	42,9	44,2	41,2	62,7	66,7	62,2	87,5	89,3	89,0	53,0	55,1	52,3
Dans une autre langue ou sans paroles	1,9	1,4	0,4	1,8	1,4	0,5	1,6	1,2	1,1	1,8	1,4	0,5
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.
3. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.
4. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6 **Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2007 à 2016**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	%									
Albums québécois[3]										
En français	36,5	29,2	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7	34,6
En anglais	11,5	13,0	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7	15,9
Dans une autre langue ou sans paroles	5,0	3,9	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5	2,4
Albums non québécois										
En français	1,3	1,4	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0	1,6
En anglais	43,2	50,6	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8	45,2
Dans une autre langue ou sans paroles	2,6	1,8	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3	0,5
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

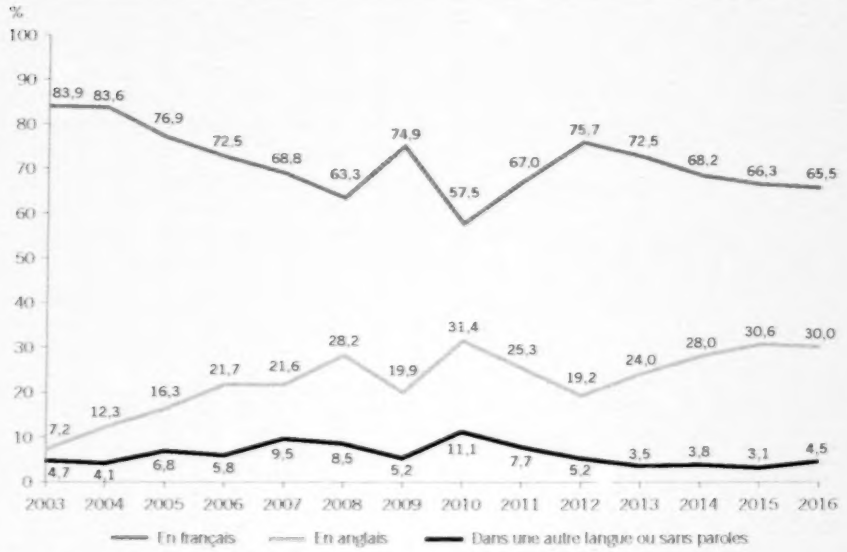
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Marché de l'album québécois : résultat similaire à 2015

Depuis 2003, la part des albums en français pour les ventes d'albums québécois oscille entre 58 % et 76 %, mais s'est stabilisée depuis deux ans à 66 %. Le succès d'albums comme *You Want It Darker* de Leonard Cohen, *Summer Is Gone* de Bobby Bazini et *Classique Country* de Guylaine Tanguay explique en bonne partie pourquoi les parts des albums anglophones, parmi les ventes d'albums québécois, sont à la hausse, soit à 31 % en 2015 et à 30 % en 2016 (figure 10).

Figure 10 **Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2016**



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Synthèse des ventes

En tenant compte du format (album ou disque monoplage/piste), du support (physique ou numérique), de la provenance (québécoise ou non québécoise) et de la langue (française, anglaise ou autre), il est possible d'analyser plus finement les résultats. Cela permet d'expliquer en partie la hausse des parts que détiennent les produits québécois et ceux en français pour les ventes d'enregistrements sonores.

En équivalent d'albums, les ventes ont diminué de 1 997 000 unités entre 2015 et 2016, dont voici le détail :

Produits québécois

- CD en français : – 310 000 unités (– 16 %)
- CD en anglais : – 185 000 unités (– 22 %)
- Albums numériques francophones : – 75 000 unités (– 18 %)
- Albums numériques anglophones : + 15 000 unités (+ 8 %)

Tableau 7 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon la provenance, le type de support et la langue, Québec, 2004 et 2014 à 2016**

	2004	2014	2015	2016
		%		
Enregistrements audio québécois[2]				
Albums sur support physique[3] en français	42,6	23,4	22,2	24,2
Albums sur support physique[3] dans une autre langue	8,3	10,5	11,3	12,2
Albums numériques	..	7,2	6,9	8,1
Pistes numériques téléchargées	..	1,1	1,0	1,1
Enregistrements audio non québécois				
Albums sur support physique[3] en anglais	46,7	27,9	28,4	26,4
Albums sur support physique[3] dans une autre langue	2,4	3,2	2,5	1,3
Albums numériques	..	14,8	16,0	14,4
Pistes numériques téléchargées	..	11,9	11,7	12,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
2. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
3. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

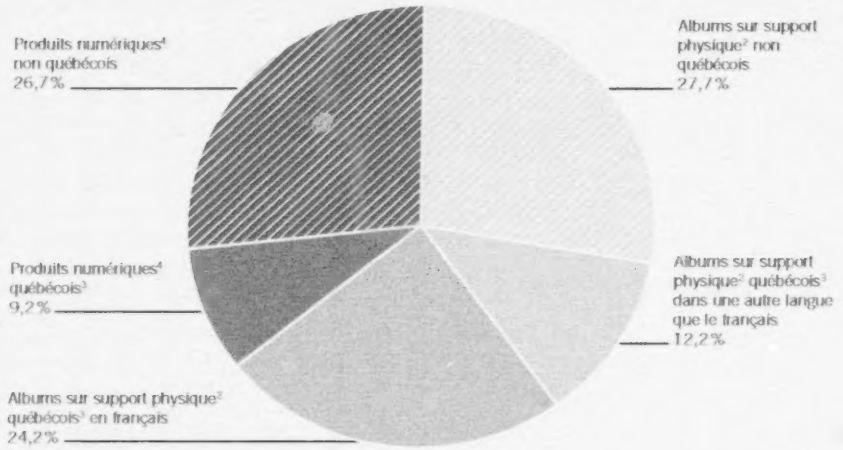
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Produits non québécois

- CD en français : –70 00 unités (–51 %)
- CD en anglais : –700 000 unités (–29 %)
- Albums numériques francophones : –10 000 unités (–36 %)
- Albums numériques anglophones : –390 000 unités (–30 %)

En somme, la hausse des parts de marché respectives des produits québécois et des produits en français s'explique, principalement, par le plus fort recul des ventes pour les CD et les albums numériques non québécois et en anglais.

Figure 11 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2016**



1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.
3. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
4. Incluant les albums numériques et les pistes numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les palmarès

Voici quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2016, soit ceux des albums, des albums québécois, des albums numériques et des pistes numériques.

Palmarès des albums

En 2016, sept titres d'artistes ou de maisons de disques québécois se retrouvent parmi les dix albums les plus vendus. Parmi les 50 albums les plus vendus, on compte 27 titres québécois (27 en 2015) et 16 titres dont la langue d'enregistrement est le français (18 en 2015). Globalement, la présence des albums québécois au sein du palmarès s'est maintenue en 2016 (tableau 8).

Palmarès des albums québécois

Parmi les 50 albums québécois les plus vendus en 2016, 29 ont le français comme langue d'enregistrement (36 en 2015), 18 ont l'anglais (13 en 2015) et 3 sont des albums instrumentaux (1 en 2015). Comme chaque année, les meilleurs vendeurs parmi les albums québécois sont ceux en français, et ils obtiennent quatre des cinq premières places (tableau 9).

Palmarès des albums numériques

Parmi les vingt albums numériques les plus vendus au Québec en 2016, sept sont québécois (cinq en 2015) et quatre ont le français comme langue d'enregistrement (trois en 2015). Le nombre d'albums numériques québécois est de 19 parmi les 50 albums les plus vendus, un résultat supérieur aux 16 albums de 2015 (tableau 11).

Palmarès des pistes numériques

L'absence de pistes québécoises parmi les vingt pistes numériques les plus téléchargées en 2016 illustre clairement la faiblesse des ventes de musique québécoise sur ce format. La première piste québécoise, *Encore un soir* de Céline Dion, se situe à la 46e position. Au palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 65 pistes sont québécoises (65 en 2015) (tableau 11).

Tableau 8 **Liste des albums les plus vendus[1], Québec, 2016**

Rang	Titre[2]	Artiste[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Encore un soir**	**Céline Dion**	**Français**	**Québec**	**Autre**
2	**Nous autres**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
3	**You Want It Darker**	**Leonard Cohen**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
4	**La Voix IV**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	Hardwired... to Self Destruct	Metallica	Anglais	Autre	Autre
6	25	Adele	Anglais	Autre	Autre
7	**L'Heptade XL**	**Harmonium**	**Français**	**Québec**	**Autre**
8	**Summer Is Gone**	**Bobby Bazini**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
9	**Les Irrésistibles**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
10	Views	Drake	Anglais	Autre	Autre
11	This Is Acting	Sia	Anglais	Autre	Autre
12	**Classique Country**	**Guylaine Tanguay**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
13	**Solitudes**	**Matt Holubowski**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
14	Blackstar	David Bowie	Anglais	Autre	Autre
15	A Head Full Of Dreams	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
16	Purpose	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
17	Nobody But Me	Michael Bublé	Anglais	Autre	Autre
18	**Paloma**	**Daniel Bélanger**	**Français**	**Québec**	**Québec**
19	A Moon Shaped Pool	Radiohead	Anglais	Autre	Autre
20	**C'est si bon**	**Claude Saucier**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
21	**Octobre**	**Les Cowboys Fringants**	**Français**	**Québec**	**Québec**
22	Blurryface	Twenty One Pilots	Anglais	Autre	Autre
23	**Limoilou**	**Safia Nolin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
24	**Chansons jalouses**	**Jean-Pierre Ferland**	**Français**	**Québec**	**Québec**
25	**20 moments magiques**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
26	Starboy	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
27	**Romance à Paris**	**Artistes variés**	**Français**	**Autre**	**Québec**
28	Blue & Lonesome	The Rolling Stones	Anglais	Autre	Autre
29	**Les Irrésistibles de Noël**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
30	Anti	Rihanna	Anglais	Autre	Autre
31	**À Paradis City**	**Jean Leloup**	**Français**	**Québec**	**Québec**
32	**Big Boy**	**Charlotte Cardin**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
33	Illuminate	Shawn Mendes	Anglais	Autre	Autre
34	**Les horizons nouveaux**	**Richard Séguin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
35	Just The Hits 2016	Various	Anglais	Autre	Autre
36	24K Magic	Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
37	**Love suprême**	**Koriass**	**Français**	**Québec**	**Québec**
38	Best Of Bowie	David Bowie	Anglais	Autre	Autre
39	**Nous**	**Renée Martel & Patrick Norman**	**Français**	**Québec**	**Québec**
40	Cleopatra	Lumineers	Anglais	Autre	Autre
41	Lemonade	Beyoncé	Anglais	Autre	Autre
42	**Les incontournables**	**Irvin Blais**	**Français**	**Québec**	**Québec**
43	A Pentatonix Christmas	Pentatonix	Anglais	Autre	Autre
44	Greatest Hits	Guns N'Roses	Anglais	Autre	Autre
45	**Silence on joue : Prise 2/Take 2**	**Angèle Dubeau & La Pietà**	**Autre**	**Québec**	**Québec**
46	Immortalized	Disturbed	Anglais	Autre	Autre
47	Getaway	Red Hot Chili Peppers	Anglais	Autre	Autre
48	**4488 de l'Amour**	**Les Soeurs Boulay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
49	**Roses**	**Coeur de pirate**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
50	**Nos Eldorados**	**Alex Nevsky**	**Français**	**Québec**	**Québec**

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 9 **Liste des albums québécois les plus vendus[1], Québec, 2016**

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Encore un soir	Céline Dion	Français	Québec	Autre
2	2	Nous autres	2Frères	Français	Québec	Québec
3	3	You Want It Darker	Leonard Cohen	Anglais	Québec	Autre
4	4	La Voix IV	Artistes variés	Français	Québec	Québec
5	7	L'Heptade XI	Harmonium	Français	Québec	Autre
6	8	Summer Is Gone	Bobby Bazini	Anglais	Québec	Autre
7	9	Les Irrésistibles	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
8	12	Classique Country	Guylaine Tanguay	Anglais	Québec	Québec
9	13	Solitudes	Matt Holubowski	Anglais	Québec	Québec
10	18	Paloma	Daniel Bélanger	Français	Québec	Québec
11	20	C'est si bon	Claude Saucier	Anglais	Autre	Québec
12	21	Octobre	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
13	23	Limoilou	Safia Nolin	Français	Québec	Québec
14	24	Chansons jalouses	Jean-Pierre Ferland	Français	Québec	Québec
15	25	20 moments magiques	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
16	27	Romance à Paris	Artistes variés	Français	Autre	Québec
17	29	Les Irrésistibles de Noël	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
18	31	À Paradis City	Jean Leloup	Français	Québec	Québec
19	32	Big Boy	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
20	34	Les horizons nouveaux	Richard Séguin	Français	Québec	Québec
21	37	Love suprême	Koriass	Français	Québec	Québec
22	39	Nous	Renée Martel & Patrick Norman	Français	Québec	Québec
23	42	Les incontournables	Irvin Blais	Français	Québec	Québec
24	45	Silence on joue : Prise 2 / Take 2	Angèle Dubeau & La Pietà	Autre	Québec	Québec
25	48	4488 de l'Amour	Les Soeurs Boulay	Français	Québec	Québec
26	49	Roses	Coeur de pirate	Anglais	Québec	Québec
27	50	Nos Eldorados	Alex Nevsky	Français	Québec	Québec
28	51	Whittaker – Mon pays bleu	Artistes variés	Français	Québec	Québec
29	54	La route infinie	Marie-Ève Janvier / Jean-François Breau	Français	Québec	Québec
30	58	Les Années 1992-1995	Les Colocs	Français	Québec	Autre
31	59	Gesamtkunstwerk	Dead Obies	Anglais	Québec	Québec
32	62	100 % chansons québécoises	Les Party People	Français	Autre	Québec
33	63	Hommage à nos idoles : Ils chantent l'amour	Les Party People	Français	Autre	Québec
34	64	Ultramarr	Fred Fortin	Français	Québec	Québec
35	65	Taking One For The Team	Simple Plan	Anglais	Québec	Autre
36	66	Là dans ma tête	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
37	70	Why You Wanna Leave, Runaway Queen?	Lisa Leblanc	Anglais	Québec	Québec
38	71	Nos idoles pour toujours	Les Party People	Français	Autre	Québec
39	72	Forever Gentlemen	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
40	73	Opus neige	Gregory Charles et ses virtuoses	Autre	Québec	Québec
41	74	Les oiseaux d'amour chantent	Artistes variés	Autre	Québec	Québec
42	75	L'Album du peuple - Tome 10	François Pérusse	Français	Québec	Autre
43	78	Reprises Vol.1	Safia Nolin	Français	Québec	Québec
44	80	Femme	Ima	Anglais	Québec	Québec
45	82	Christmas Caravan	The Lost Fingers	Anglais	Québec	Québec
46	83	Patsy Cline	Brigitte Boisjoli	Anglais	Québec	Québec
47	84	Sun Leads Me On	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
48	86	Et maintenant... Bécaud	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
49	88	Le fantastique des astres	Yann Perreau	Français	Québec	Québec
50	90	Rechut! (Odes de ma tanière)	Plume Latraverse	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 10 **Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2016**

Rang	Titre[1]	Artiste[1]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Big Boy**	**Charlotte Cardin**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
2	Views	Drake	Anglais	Autre	Autre
3	**Encore un soir**	**Céline Dion**	**Français**	**Québec**	**Autre**
4	A Moon Shaped Pool	Radiohead	Anglais	Autre	Autre
5	**Nous autres**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
6	A Head Full Of Dreams	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
7	**You Want It Darker**	**Leonard Cohen**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
8	Lemonade	Beyoncé	Anglais	Autre	Autre
9	This Is Acting	Sia	Anglais	Autre	Autre
10	25	Adele	Anglais	Autre	Autre
11	**Solitudes**	**Matt Holubowski**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
12	Purpose	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
13	**Limoilou**	**Safia Nolin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	Blurryface	Twenty One Pilots	Anglais	Autre	Autre
15	Hardwired...to Self-Destruct	Metallica	Anglais	Autre	Autre
16	Blackstar	David Bowie	Anglais	Autre	Autre
17	Cleopatra	Lumineers	Anglais	Autre	Autre
18	Anti	Rihanna	Anglais	Autre	Autre
19	**Love suprême**	**Koriass**	**Français**	**Québec**	**Québec**
20	Just The Hits 2016	Various	Anglais	Autre	Autre

1. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 11 **Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2016**

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Cheap Thrills (featuring Sean Paul)	Sia feat. Sean Paul	Anglais	Autre	Autre
2	One Dance	Drake feat. WizKid & Kyla	Anglais	Autre	Autre
3	7 Years	Lukas Graham	Anglais	Autre	Autre
4	Can't Stop The Feeling!	Justin Timberlake	Anglais	Autre	Autre
5	I Took A Pill In Ibiza (SeeB Remix)	Mike Posner	Anglais	Autre	Autre
6	Love Yourself	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
7	Stressed Out	Twenty One Pilots	Anglais	Autre	Autre
8	Cake By The Ocean	DNCE	Anglais	Autre	Autre
9	This Is What You Came For	Calvin Harris feat. Rihanna	Anglais	Autre	Autre
10	This Girl	Kungs vs. Cookin' on 3 Burners	Anglais	Autre	Autre
11	Don't Let Me Down	The Chainsmokers feat. Daya	Anglais	Autre	Autre
12	My House	Flo Rida	Anglais	Autre	Autre
13	Heathens	Twenty One Pilots	Anglais	Autre	Autre
14	The Sound Of Silence	Disturbed	Anglais	Autre	Autre
15	Catch & Release (Deepend Remix)	Matt Simons	Anglais	Autre	Autre
16	Closer	The Chainsmokers feat. Halsey	Anglais	Autre	Autre
17	Faded	Alan Walker	Anglais	Autre	Autre
18	Cheap Thrills (album version)	Sia	Anglais	Autre	Autre
19	Let Me Love You	DJ Snake feat. Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
20	Sorry	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Musique diffusée en continu : phénomène en développement

C'est à l'automne 2009 qu'a été évoquée pour la première fois, par l'OCCQ, la profonde transformation du marché de la musique au Québec[7]. Cette transformation se caractérisait par la baisse tendancielle des ventes de CD et la croissance de celles des produits numériques téléchargeables. Ces changements s'expliquaient par l'adoption progressive de nouvelles habitudes de consommation musicale chez les Québécois, le produit numérique étant moins cher à l'achat et plus pratique pour l'écoute nomade de musique. De plus, l'arrivée de la piste numérique ne rendait plus obligatoire l'achat de l'album complet.

Depuis quelques années, deux phénomènes, loin d'être étrangers l'un à l'autre, tendent à prouver que la transformation évoquée en 2009 n'était pas complète. Un premier phénomène est la baisse des ventes des produits numériques depuis 2014, qui tend à s'accélérer en 2016 avec un recul de 20 %. Un deuxième phénomène est, depuis 2014, la croissance importante des revenus générés par la musique diffusée en continu (*streaming*) et du nombre d'écoutes.

Selon des analystes de l'industrie de la musique aux États-Unis, en 2016, les revenus provenant de l'écoute en continu pour ce type de service[8] ont connu une croissance de 69 %. Ce mode de consommation musicale représente maintenant la principale source de revenus de l'industrie de la musique, avec 51 %, devant le téléchargement numérique (24 %), les produits physiques (22 %) et les droits de synchronisation[9] (3 %)[10]. Selon ces analystes, le nombre d'écoutes de musique diffusée en continu est en hausse de 73 %, pour s'établir à 251 milliards en 2016 aux États-Unis[11]. Les données concernant le Canada indiquent qu'en 2015, les revenus des abonnements pour l'écoute de musique diffusée en continu sont en hausse de 151 % et les revenus pour les services avec publicité de 32 % par rapport à 2014[12].

Ainsi, tout en conservant les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, l'abonnement à un service de musique en continu permet l'accès, à volonté, à des millions de titres d'un simple clic. L'utilisateur ne paye plus pour ce qu'il consomme, mais pour l'accès à des produits musicaux. La numérisation du support permet de rendre accessibles, à des millions d'utilisateurs, des millions de chansons avec un faible coût marginal.

Cette transformation, qui affecte l'ensemble des pays industrialisés, a aussi un impact au Québec. Malheureusement, peu de données statistiques sur les services d'écoute de musique en continu sont disponibles pour notre territoire. Cependant, les données disponibles pour les États-Unis et le Canada permettent, sans trop de risque, de faire l'hypothèse qu'une quantité croissante de consommateurs québécois adoptent ces services. Il est cependant plus difficile d'estimer la part de la musique québécoise parmi les millions d'écoutes effectuées par les utilisateurs du Québec. Pour ce qui est de la musique diffusée en continu, les produits québécois constituent une partie congrue parmi de millions de pistes offertes, les principales plateformes de diffusion ayant un caractère transnational. De plus, les premiers utilisateurs québécois sont sans doute de grands consommateurs de produits numériques, lesquels, on l'a vu, sont plus attirés par les artistes non québécois et non francophones.

7. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref* n° 52, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, novembre, 28 p., [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].
8. Les revenus de l'écoute en continu incluent les abonnements à un service de musique (Spotify, Apple Music, Google Play Musique, etc), les redevances versées par les services de radio numériques (Pandora, SiriusXM et autre radio sur Internet) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Vevo, la version avec publicité de Spotify, etc.).
9. Redevances provenant de l'utilisation d'une œuvre musicale sur la bande sonore d'une œuvre audiovisuelle (film, émission de télévision, vidéo de musique, jeu vidéo, annonce publicitaire).
10. Source : Recording Industry Association of America.
11. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
12. Source : Music Canada.

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
2e trimestre 2017

© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique Québec

Numéros déjà parus

Optique culture

52	La fréquentation des cinémas en 2016	Février 2017
51	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2015	Septembre 2016
50	Provenance des visiteurs des 100 institutions muséales les plus fréquentées en été	Juin 2016
49	Les dépenses en culture des municipalités en 2014	Mai 2016
48	La fréquentation des institutions muséales en 2014 et 2015	Mai 2016
47	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2015	Mai 2016
46	Les professions de la culture et des communications au Québec en 2011	Février 2016
45	La fréquentation des cinémas en 2015	Février 2016
44	Les acquisitions d'œuvres d'art de musées, entreprises et institutions en 2012-2013 et 2013-2014	Octobre 2015
43	Les ventes de livres en 2014	Septembre 2015
42	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2014	Septembre 2015
41	Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques	Mai 2015
40	Les dépenses en culture des municipalités en 2013	Mai 2015
39	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014	Avril 2015
38	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise depuis 1985	Février 2015
37	La fréquentation des cinémas en 2014	Février 2015
36	Les bibliothèques publiques québécoises de 2002 à 2012. Comparaisons internationales et évolution récente	Février 2015
35	Les ventes de livres de 2009 à 2013	Septembre 2014
34	Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène	Septembre 2014
33	Les dépenses culturelles des municipalités en 2012	Juin 2014
32	La fréquentation des institutions muséales en 2012 et 2013	Mai 2014
31	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013	Avril 2014
30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Mai 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Avril 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012